新媒体环境下地方科技期刊品牌传播研究
——以《甘肃科学学报》为例

摘　要：本文以《甘肃科学学报》为例，深入分析地方科技期刊的品牌传播现状，对新媒体环境下科技期刊品牌建设中面临的问题进行剖析，并提出相关建议，以期为打造地方特色科技期刊品牌提供参考依据。

关键词：新媒体；地方科技期刊；品牌建设
中图分类号：G237.5　　**文献标识码**：A
文章编号：1671-0134（2018）11-120-02　　**DOI**：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.11.041

文 / 徐芷慧 [1,2]　汪秀泽 [2]　胡显忠 [2]

引言

随着网络信息技术的普及，学术期刊的发展环境迎来了极大的变化与挑战。作为分享科研信息和学术交流的阵地，科技期刊的生存方式也发生了根本性的变化。新媒体的出现，多种多样的传播方式使得科研成果的生产加工和转化发生了改变。虽然是科技期刊，应该走在科技前端，但由于期刊品牌在市场上没有知名度和影响力，在收发稿件上很落后，作者和审稿专家队伍也很难扩大范围。对于很多互联网同步不及时的地方科技期刊，期刊品牌影响力不够，知名度也小，许多优秀稿件无处可投，同时稿件的外审工作繁杂，这显然阻碍了科研成果的展示和交流。

1. 地方科技期刊品牌传播现状分析

许多地方科技期刊主要采取纸质发行的方式，网络数据共享跟不上数字化发展进程。对于在基层工作的科研人员来说，一方面自身没有意识在更大范围内进行成果交流与展示；另一方面单纯的纸质发行和内部刊物的形式无法使科技成果在更大的平台上进行共享和交流。地方科技期刊虽然品种繁多，但期刊数字化转型的进程并没有受到重视，也没有树立期刊品牌意识，其中具备期刊独立网站和数字化采编系统的更是屈指可数。[1-3,6]

对外，地方科技期刊面临着互联网技术应用普及迟缓和发行范围局限的困境；对内，许多地方科技期刊的论文缺乏创新性与时代性，作者群偏窄，审稿专家资源有限。作为投稿主体的基层科研人员自身缺乏知识共享意识，没有渠道获得最新的科研资料，平时又很少参加学术交流，如果在投稿审稿的过程中再不通畅，就会严重影响作者投稿的积极性。与当前各大高校科技期刊纷纷采用“两微一端”线上互动的数字化办刊理念相比，地方科技期刊甚至连最基本的投稿和审稿都存在技术瓶颈，这样就很难选出有水平、有创新意识的论文，达到科研交流的目的。[4,5] 互联网技术的飞速发展以及各种新兴媒体的出现，对科技期刊的生存环境、传播方式都产生了极大的冲击，纸质版科技期刊的数字化转型浪潮势不可挡。

2.《甘肃科学学报》品牌传播现状及效果

《甘肃科学学报》1989 年创刊，为双月刊，是中国科技论文统计源期刊(中国科技核心期刊)、中国科学引文数据库源期刊、中国核心期刊(遴选)数据库源期刊、甘肃省优秀期刊，属自然科学综合性学术刊物，由甘肃省科学院主办，在甘肃省内外享有一定的知名度。学报按学科主要划分为基础科学、工程技术、物理、生物、医学等栏目。虽然经过这些年的整合归口，形成了具有本刊特色的大学科分类，但是在甘肃省出版的各种科技期刊中，期刊的品牌知名度并不是十分突出，许多学术研究并不仅仅局限于具体栏目。《甘肃科学学报》的品牌要想被大范围的接受认可并闻名遐迩，期刊品牌建设和品牌的传播是不可或缺的环节。

2.1 数字化的传播方式

《甘肃科学学报》从改变读者阅读和投稿习惯出发，开发 H T M L 网页阅读，采用腾云网上采编系统，实现投稿和审稿数字化。同时，搭建起微信互动平台，期刊网站上也配套逐步完善在线浏览，也在实现服务功能的创新升级。通过微信、邮件向同领域科研人员主动推送电子版刊物。通过微信公众号，作者不必多次打电话查询审稿进度、录用状态等，可以微信查询稿件进度，提高了编辑部的工作效率。除了投稿作者外，还拥有一批固定订阅用户，这些用户很可能通过微信互动被发展成为潜在的投稿作者和审稿人。

2.2 多元化的受众服务

读者信息数据库是融媒体时代的新兴产物，通过采编系统和中国知网期刊数据库等对期刊的下载量、阅读量、点击量、引用率等进行统计。有了这些实时数据的支持，编辑部可以根据读者的阅读喜好、关注重点等及

基金项目：基于 DOI 分析的《甘肃科学学报》影响力研究（甘肃省科学院青年基金项目，项目编号 2016QN-09）。

时调整下一年度的栏目设置。受众可以通过浏览邮件、注册账号等方式间接反馈，也可以通过电话和网站留言进行直接反馈。这两种反馈方式都可从不同程度地反映出受众对期刊的关注程度和看法意见。

2.3 网站、微信留言中的作者咨询与反馈

除了电话、邮件等传统沟通方式外，还在期刊网站上专设了读者与编辑交流的留言栏，通过定时对作者的咨询进行回复，编辑部可以及时掌握作者动态。大量基层科研人员其实是通过阅读科技期刊学习如何撰写学术论文。通过编辑与作者、读者的交流，不仅可以针对作者的来稿提出投稿建议，向作者介绍各学科的发文趋势，也潜移默化地拓宽作者的写作思路，提高作者的写作能力。多种多样的受众知识服务使得《甘肃科学学报》在甘肃省科技期刊阵营中的知名度进一步扩大，而在线沟通可以及时通知作者修改不符合本刊论文撰写格式的稿件，通过有的放矢地调整学科栏目设置，近几年来投稿率大幅度提升。

3. 新媒体环境下地方科技期刊品牌传播建议

3.1 增强科技期刊品牌建设与传播意识

科技期刊的发展动力是自身的品牌价值与品牌特色，因此，地方科技期刊要想在众多科技期刊中独树一帜，就要树立并加强品牌意识。受办刊机制影响，上级主管部门下拨专项经费是地方科技期刊办刊费用的主要来源。许多地方科技期刊缺乏竞争意识和危机意识，更没有品牌建设意识。要想在大环境下争取尽可能多的作者、读者，就要向省外和全国优秀的地方科研院所和高校看齐，结束“独角戏”的状态，培养自身的品牌发展意识。[6]

3.2 筹办特色学科专刊、专栏

专栏是编辑稿件的重要方式之一，地方科技期刊的编辑不仅要深入挖掘文章质量，还要主动向有学术影响力的作者群体约稿，准确定位某一学科特点与热点，策划筹办特色专刊、专栏，邀请作家专门为专栏目撰写文章。将编辑的主动性、创造性与读者需求结合，通过专刊 / 栏培育属于自己的刊物特色，增强科技期刊的学术影响力与竞争力，打造名牌栏目、名牌期刊，占领学科发展高地。现代化的经营意识与学术影响力的充分结合为地方科技期刊的品牌建设注入了新的发展动力，通过筹办特色学科专刊 / 专栏，扩大期刊知名度的同时还可以提升编辑的组稿能力与专业水准。[7]

3.3 借助学术会议扩大期刊影响力

学术会议是一种促进科学发展、学术交流、课题研究等学术性话题为主题的会议，很多科技期刊注意到学术会议权威性、高知识性、高互动性等特点，通过承办和协办学术会议宣传期刊品牌，扩大期刊的学术影响力。在承办或协办学术会议时通过融媒体平台进行信息推广，做好宣传把关工作，可以吸纳一大批来自全国科研院所与各大高校的高质量优秀论文，进一步提升期刊的刊文水平。传统投稿方式是长年累月口碑的积累，而学术会议可以将来自不同单位的作者汇总为期刊稳定的作者群，在短期内提升期刊品牌影响力，极大优化了期刊的品牌建设过程。

3.4 加快期刊数字化进程

如今，传统媒体受到冲击，纸媒概念减弱，移动阅读已经成为主流，读者更倾向于无纸化、碎片化阅读，数字出版渐渐成为赶超传统出版业的朝阳产业，从网上共享和获取学术资源已成为科研常态。信息内容的快速传播是科技期刊数字化发展竞争优势的体现，编辑部实现网络化办公不仅可以缩短出版周期，还可以降低期刊出版成本。期刊出版者可以在网络上扩大作者群和读者群，打造学术交流平台。因此，地方科技期刊要尽快实现自主网站建设和数字化，通过互联网扩大期刊的品牌影响力。[8]

结语

作为科技研究成果交流展示的重要组成部分，地方科技期刊所发挥的作用不可忽视。在期刊改革和媒介融合的浪潮中，如何发挥地方科研特色，进一步提高地方科技期刊的品牌影响力，是每一个地方科技期刊从业者都应该思考的课题。树立和传播特色科技期刊品牌是科技期刊发展的必经之路。地方科技期刊在期刊品牌建设与传播过程中要注意突出创新性和主导性，结合地方科研特色，才能打造出不同于一般科技期刊的特色期刊品牌。媒

参考文献

[1] 夏登武．新媒体环境下学术期刊的议程设置及其传播效力[J]. 出版发行研究，2013（1）：71-73.

[2] 左源．新媒体对军事学术理论传播之影响分析 [J]. 江汉大学学报（自然科学版），2013（4）：108-109.

[3] 杨敏．新媒体正在改变学术传播样态 [N]. 中国社会科学报，2015-01-12（3）.

[4] 徐芷慧，马小荣，葛文，等．《甘肃科学学报》2006—2010 年引文分析 [J]. 甘肃科学学报，2012（2）：155-158.

[5] 马耀通，毛鸿艳，徐芷慧．《甘肃科学学报》文献来源、被引分析——基于 CSTPCD（2010—2014 年）数据 [J]. 甘肃科学学报，2016（3）：149-152.

[6] 罗阳佳．新媒体背景下我国期刊发展研究 [D]. 上海：华东师范大学，2010.

[7] 赵中波，黄志红，黄斐．强化特色凸显特色塑造品牌提升影响——《有色金属科学与工程》创办高校特色科技期刊实践 [J]. 中国科技期刊研究，2014（3）：126-129.

[8] 刘洁．优化高校编辑工作，打造品牌科技期刊 [J]. 今传媒，2013（4）：140-141.

（作者单位：1. 兰州大学 新闻与传播学院；2. 甘肃省科学院）